МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Санкт-Петербургский государственный университет низкотемпературных и пищевых технологий**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА**

**Отчет по учебно-ознакомительной практике**

**дисциплины: "Экономика пищевой промышленности"**

**Санкт-Петербург 2009**

Содержание

Введение

1. Посещение отраслевой выставки ИнтерФуд 2009

1.1 Обзор выставки, фирмы, экспозиции, продукты, технологии

1.2 Изучение и подробное описание пищевого продукта или оборудования фирмы

2. Экскурсия на предприятие пищевой промышленности

2.1 ОАО "Пивоваренная компания "Балтика"

2.2 ООО «Петрохолод»

2.3 ООО «Первое хлебопекарное объединение»

3. Изучение информационных технологий в экономике

3.1 Работа в Интернет с поисковыми системами

3.2 Справочные системы, эл. библиотеки и ресурсы Интернет по нормативно-правовому обеспечению бизнеса

3.3 Анализ сайта предприятия ОАО "Консервный завод "Саранский"

Заключение

Введение

В данном отчете, состоящем из трех частей, будут предоставлены результаты о проделанной мною практике.

В первой части будут подведены итоги о посещении выставки «interfood» - продукты питания». А именно: обзор выставки, фирмы, экспозиции, продукты, технологии и подробное описание выбранного мною консервированного продукта.

Во второй части речь пойдет об экскурсии на предприятия пищевой промышленности с дегустацией: ОАО "Пивоваренную компанию "Балтика" ООО «Петрохолод» и ООО «Первое хлебопекарное объединение». Здесь мною будут рассмотрены технология приготовления пива, мороженного и хлебобулочных изделий, а так же оборудование, используемое на заводе, и подведены итоги дегустации различных видов продукции.

И, наконец, в заключительной части моего отчета будет рассмотрен принцип действия поисковых систем и этапы поиска информации. Произведен анализ сайта предприятия ОАО Консервный завод «Саранский»

1. Посещение отраслевой выставки ИнтерФуд 2009

1.1 Обзор выставки, фирмы, экспозиции, продукты, технологии

Выставка "ИНТЕРФУД" это:

* ведущая выставка пищевой промышленности на Северо-западе России;
* место встречи производителей и дистрибьюторов продуктов питания и напитков;
* только заинтересованные посетители-специалисты;
* удачная стартовая площадка для сотен компаний;
* прямой доступ к потенциальным заказчикам региона;
* возможность получения новых и укрепления существующих деловых контактов.

Успешно стартовав в 1997 году, выставка InterFood превратилась в одну из ключевых выставок пищевой промышленности на Северо-западе России. Каждый год выставка собирает вокруг себя самые передовые и профессиональные компании отрасли, способствуя их развитию и движению вперёд. В 2005 году выставке InterFood был присвоен знак Российского Союза выставок и ярмарок (РСВЯ) и знак Международной Ассоциации выставочной индустрии (UFI) – знаки высочайшего качества выставочного мероприятия.

Неотъемлемой частью проекта InterFood является экспозиция Ingredients – "Пищевые ингредиенты, добавки и пряности", где на стендах участников можно найти всё, что придает нашим любимым продуктам вкус и аромат.

Выставка проходит при официальной поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, имеет знак Международного Союза выставок и ярмарок (МСВЯ) и знак Международной Ассоциации выставочной индустрии (UFI) – знаки высочайшего качества выставочного мероприятия.

В выставках «Интерфуд» и «Продтех» приняли участие 84 компании из Казани, Калининграда, Брянска, Белгорода, Барнаула, Львова, Чернигова, Минска, Полтавы, Гродно, Бобруйска, Санкт-Петербурга, Новгорода, Москвы и Подмосковья.

За три дня выставки посетили более 3600 специалистов - представителей торговых сетей, супермаркетов, продовольственных магазинов, оптовых компаний из Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона России, Москвы и Центрального региона России, Новосибирска и Сибири, Екатеринбурга и Урала, Дальнего Востока, стран СНГ, ближнего и дальнего Зарубежья.

Несмотря на непростую экономическую ситуацию, наши предприятия продолжают своё развитие, демонстрируют конкурентоспособную продукцию. Участие в выставках "Интерфуд" и "Продтех" - это прекрасная популяризация их продукции на внутреннем и внешнем рынках, возможность более эффективного участия в мировой промышленности и экономике.

Северо-Западный федеральный округ, обладающий громадным промышленным, научно-техническим и интеллектуальным потенциалом, способен внести существенный вклад в развитие отечественного производства - выпуск современного оборудования, расширение ассортимента продукции, повышение качества продуктов питания, их доступность для населения".

**Продукты питания, напитки и ингредиенты:**

• Мясные и колбасные изделия

• Молочные продукты

• Сыры

• Рыба и морепродукты

• Кондитерские изделия, шоколад

• Хлебобулочные изделия

• Бакалея

• Чай, кофе

• Свежие овощи и фрукты

• Масла, жиры

• Соусы и приправы

• Замороженные продукты

• Консервированные продукты

• Детское и диетическое питание

• Продукты быстрого приготовления

• Мороженое

• Снэки

• Соки, воды

• Алкогольные, безалкогольные и слабоалкогольные напитки

• Пищевые ингредиенты, добавки и пряности

Центральным событием выставок стал **XII Международный Северо-Западный продовольственный форум**.

Форум вызвал огромный интерес у многочисленных специалистов пищевой промышленности и торговли. Главным мероприятием Форума стала конференция

«Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России».

**На конференции были рассмотрены следующие темы:**

• практические отраслевые аспекты продовольственной безопасности;

• инновационные технологии производства и хранения продуктов;

• антикризисное управление производственными и торговыми предприятиями;

• новые приемы маркетинга в пищевой промышленности;

• особенности развития компаний в условиях сокращения бюджетов;

• преимущества и возможности работы в сложной экономической ситуации;

• формы государственной поддержки предприятий;

• привлечение инвестиций и другие вопросы.

Особый интерес вызвали выступления по вопросам привлечения инвестиций и управлению финансами.

Участие в конференции приняли ведущие брендинговые и маркетинговые агентства, торговые сети и розничные магазины, инвестиционные компании, ключевые предприятия пищевой и пищеперерабатывающей промышленности, индустрии упаковки.

Все дни работы выставок и Форума работала **Биржа деловых контактов**, в рамках которой производители пищевых продуктов и оборудования имели возможность наладить сотрудничество с закупщиками торговых сетей и представителями администрации.

**Участие в работе Биржи деловых контактов приняли представители компаний:**

• X5 Ритейл Групп (сети «Пятерочка», «Карусель», «Перекресток»);

• сеть «Лента»;

• сеть магазинов «Полушка»;

• сеть магазинов «Диета»;

• дистрибьюторская компания «Мегафуд»;

• Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата;

• Санкт-Петербургский экологический союз;

• дистрибьюторская компания «Фрэгранс»;

• предприятия – члены НП «Гильдия пекарей Ленинградской области».

В работе конференции и Биржи деловых контактов приняли участие 160 специалистов из Санкт-Петербурга, Северо-Западного региона, Москвы, других регионов России, а также из Белоруссии и Украины.

1.2 Изучение и подробное описание пищевого продукта МОУП «Борисовский консервный завод»

На выставке "Интерфуд" консервную продукцию представлял «Борисовский консервный завод».

МОУП «Борисовский консервный завод» является одним из самых крупных перерабатывающих предприятий Беларуси. Использование натурального сырья, в т.ч. выращенного на территории республики, высокое качество — главные составляющие успеха предприятия.

Благодаря усовершенствованию, внедрению передовых технологий и ориентации на меняющиеся вкусы покупателей ассортимент продукции под торговой маркой «АСАЛОДА» постоянно расширяется и видоизменяется, и сегодня превышает 230 наименований.

Основной специализацией предприятия является производство соковой продукции. На сегодняшний день предприятие выпускает 50 наименований соков. Это соки на любой вкус:

натуральные (без добавления сахара) — яблочный, томатный;

соки с мякотью и сахаром — яблочно-персиковый, яблочно-черничный, морковный, морковно-яблочный, морковно-тропический, плодоовощной (на основе тыквенного и морковного пюре);

соки березовые — березовый с сахаром, березовый с настоем шиповника — «Бодрость», березовый «Хлебный аромат», березовый с настоем тмина;

соки восстановленные — ананасовый, апельсиновый, тропический, яблочно-виноградный.

Ни для кого не секрет, какую пользу для здоровья человека несет употребление соков. Это и утоление жажды, и пополнение витаминами, питательными веществами, и очищение организма. Человеческий организм становится менее восприимчивым к вирусам и инфекциям, более устойчивым к стрессовым ситуациям и интенсивным физическим нагрузкам, в нем нормализуются все обменные процессы, а при правильном употреблении сок может быть даже лекарством.

Самые полезные соки — с мякотью. В них содержатся растительные волокна, которые стимулируют двигательную активность кишечника и являются источником витаминов, микроэлементов, клетчатки, фитонцидов, органических кислот, снижают уровень холестерина в крови и нормализируют работу желудочно-кишечного тракта.

Как рассказывают технологи Борисовского консервного завода, одной из последних разработок является «Сок плодоовощной», на примере которого каждый может увидеть и ощутить полезность соков с мякотью.

Покупателям полезно знать, что по содержанию железа тыква оставила позади другие овощи. Кроме того, в ней содержатся сахара, соли калия, кальция, витамины С, В1, В2, А, РР.

Тыква обладает мочегонным, общеукрепляющим, регенерирующим, противолихорадочным, мягким слабительным свойствами.

Морковь по содержанию каротина (провитамина А) — рекордсмен среди овощей. Каротин ускоряет рост, поэтому морковный сок назначают детям, которые отстают в развитии от своих ровесников. Есть в моркови также соли калия, кальция, натрия, йода, фосфора, железа и магния.

Наше предприятие одно из лучших в Беларуси по переработке культурных и дикорастущих плодов, ягод, овощей и грибов. Мы производим плодоовощные консервы, фруктовые, ягодные, овощные и концентрированные соки, безалкогольные напитки, сиропы.

Высокопроизводительное оборудование и современные технологии позволяют увеличивать объемы производства и сокращать долю ручного труда, а также обеспечивать высокое качество продукции.

Продукция выпускается в упаковке “Тетра-Брик-Асептик”, стеклобанках, стеклобутылках “Твист-офф”, полистирольной таре.

Наша торговая марка “Асалода” известна и в России, Польше, Германии, Франции как образец вкусного, здорового и полезного питания.

В год завод выпускает более 180 видов плодоовощных консервов. Фактическая загрузка производственных мощностей составляет 100%. Широко известны наши консервы с использованием грибов, маринованные и консервированные огурцы, томаты, кетчупы, салаты из свежих овощей, различные квашенные и соленые овощи, концентрированные плодовые и ягодные соки, яблочные выжимки.

Предлагаемый ассортимент:

Лечебно-столовые минеральные воды пять наименований, лауреаты различных конкурсов.

Плодоовощные консервы и соки из натурального сырья.

Вино плодовое крепкое, крепленое.

Большой ассортимент сиропов сахарных, концентратов кваса на основе зернового сырья.

Предприятие основано в 1946 году:

Сегодня это одно из лучших перерабатывающих предприятий в Республике Беларусь.

Его главное и основное направление – переработка культурных и дикорастущих плодов, ягод, овощей, грибов.

Суточная мощность по переработке яблок составляет 200 тонн. Производство сока – 80 тонн в сутки. А все это потому, что в 1989 году вступила в строй линия по производству концентрированного сока швейцарской фирмы “Унипектин”. С пуском этой линии завод стал крупным производителем концентратов в Беларуси и за один год удвоил производство консервов с реализацией их за пределами Республики Беларусь. Это, в свою очередь, дало возможность активизировать работу по техническому перевооружению и выпуску новых видов продукции.

В 1991 году были освоены мощности по производству сухих яблочных выжимок для получения пектина и различных сухих порошков для кондитерской и хлебопекарной промышленности. В марте 1994 года введена в эксплуатацию линия известной шведской фирмы “Тетра-Пак” по розливу фруктовых и фруктово-овощных соков в современную и удобну. упаковку.

В 2002 году на собственные средства была преобретена линия по розливу соков в упаковку “Тетра-Пак” емкостью 0,2 литра, а в 1 квартале 2003 года введена в эксплуатацию.

Высокопроизводительное оборудование и современная технология производства позволяет увеличивать объемы производства и сократить долю ручного труда на 19%.

Современным оборудованием оснащена производственно-технологическая лаборатория, что позволяет обеспечить должный контроль над качеством продукции на всех этапах: от поступления сырья до отправки конечного продукта потребителю.

В 2004 году завод освоил выпуск продукции в полистироловой таре. Вышла серия продукции “Для деловой хозяйки”.

Сегодня завод имеет свое второе имя – “Асалода”. Это хорошо узнаваемая торговая марка предприятия.

“Асалода” идет и будет идти в ногу со временем, чтобы приносить в каждый дом вкусную, здоровую и полезную пищу.

Разновидности выпускаемых соков:

Сок яблочно-виноградный

Сок березовый с настоем шиповника

Сок морковно-тропический

Сок ананасовый

Сок березовый с настоем семян тмина

Сок березовый

Сок тропический

Сок морковный

Сок апельсиновый

Сок яблочный

Сок томатный

**Производство соков**

Первый этап при производстве соков – выбор сырья для будущего сока. Плоды и ягоды должны быть экологически чистыми, дозревшими и сохранившими твердость и плотность.

Самыми популярными являются технологии: вымораживания сырья и его выпаривания.

При производстве сока считается, что чем меньшую термическую обработку прошел сок, тем он полезнее. Еще одним показателем полезности сока является неосветленность.

Технология производства натурального сока, путем восстановления замороженного концентрированного сока, является наиболее эффективной, хотя и достаточно дорогой.

Она позволяет сохранить все полезные вещества, содержащиеся в свежих фруктах. Получившийся в результате вымораживания или выпаривания концентрированный сок обрабатывают, а затем смешивают с сахаром. Перед окончанием процесса изготовления сока в него добавляется вода, затем он фильтруется.

Концентрат получают двумя различными способами - выпариванием или вымораживанием воды.

Технология выпаривания выглядит так. Натуральный сок нагревают на специальных противнях, не доводя до кипения (кипение уничтожит полезные вещества). Полученное вещество (концентрат) упаковывают в асептические бочонки или танкеры, замораживают и отправляют к производителю сока.

Технология вымораживания воды считается специалистами более успешной, так как при нагревании все равно теряются полезные вещества.

Технологический процесс производства соков и нектаров состоит из нескольких основополагающих этапов.

Первый этап это лабораторный контроль сырья и питьевой воды непосредственно на производстве.

Второй этап это купажирование (смешивание) компонентов сока – сгущенного сока, питьевой воды, натуральной аромы. Если речь идет о нектаре, то в этот микс добавляется еще специально приготовленный сахарный сироп. Процесс смешивания полностью автоматизирован. Специалисты отслеживают загрузку компонентов по рецептуре.

Далее сок поступает на пастеризацию, которая представляет собой кратковременную температурную обработку продукта. Это в свою очередь целый ряд процессов, а именно - рекуперативный нагрев до 60°С, деаэрация (удаление остаточного воздуха), собственно пастеризация в течение 3 секунд при температуре от 90 до 110°С (для томатного сока 122°С).

Затем продукт выдерживается при температуре пастеризации в течение 30 сек и быстро охлаждается до температуры 25°. Такой режим позволяет сохранить не только вкусовые качества, но и все витамины.

После этого пастеризованный сок поступает на упаковочную машину.

Производство соков с мякотью

(гомогенизированные).

В соки с мякотью входят все компоненты химического состава плодов, в том числе и нерастворимые: клетчатка, полуклетчатка, протопектин, жирорастворимые пигменты.

Жидкую консистенцию таким сокам придают, измельчая ткани сырья до отдельных частиц размером 30 мкм. Благодаря полному сохранению составных частей сырья ценность соков с мякотью выше, чем осветлённых. Для потребления их разбавляют 16-50 %-ным сахарным сиропом (до 50% общей массы).

Соки с мякотью вырабатывают в условиях, затрудняющих или исключающих контакт с воздухом (для предотвращения окисления полифенолов и других физиологически активных веществ). В качестве вещества, препятствующего окислению, добавляют синтетическую аскорбиновую кислоту (около 0,1%), которая способствует сохранению натурального цвета продукции и витамина С. Вымытые и прошпаренные плоды измельчают на протирочных машинах, добавляют горячий сахарный сироп, затем тонко измельчают в гомогенизаторах. Принцип действия последних состоит в нагнетании сырья под большим давлением (до 150 кг/см и более) в узкую щель между корпусом и клапаном установки.

Клапан пружиной плотно прижат к корпусу, но под действием давления жидкости, создаваемого мощными насосами, приподнимается, образуя тончайшую щель.

Через неё с большой скоростью проходит сырьё, благодаря чему оно измельчается. Давление пружины на клапан можно регулировать специальным маховиком, изменяя таким образом величину щели и степень измельчения продукта.

Существуют гомогенизаторы и других конструкций.

Гомогенизированный сок деаэрируют (освобождают от воздуха) в вакуум – аппаратах, подогревают, в горячем виде фасуют и стерелизуют при температуре 90-100 С.

2. Экскурсия на предприятие пищевой промышленности

2.1 ОАО "Пивоваренная компания "Балтика"

* лидер российского рынка пива с долей более 38%
* самая крупная России компания в сфере производства товаров народного потребления
* пивоваренные заводы в 10 городах России — в Санкт-Петербурге, Ярославле, Туле, Воронеже, Ростове-на-Дону, Самаре, Челябинске, Красноярске, Хабаровске, Новосибирске; завод в Баку (Азербайджан)
* 2 собственных солодовни
* производственная мощность — 50 миллионов гектолитров пива в год
* около 30 брендов пива (в их числе «Балтика», «Арсенальное», «Невское», «Ярпиво», Tuborg, Carlsberg, Kronenbourg 1664, ряд региональных марок) и 10 непивных брендов
* продажи в 98% торговых точек России
* бренд «Балтика» входит в тройку самых дорогих брендов России, №1 по продажам в Европе
* Продукция компании «Балтика» представлена более чем в 50 странах мира, в том числе в странах Западной Европы, Северной Америки, ближневосточного региона
* Пивоваренная компания "Балтика" входит в группу Carlsberg, которой принадлежит 88,86% уставного капитала Компании.

Основной целью Пивоваренной компании "Балтика" является:

* Постепенно увеличивать долю на пивном рынке России при сохранении высокой прибыльности.
* Вывести бренд «Балтика» на лидирующие позиции в мире.

Основные задачи:

* Фокус на построении сильных брендов, премиализации и инновациях
* Лидерство во всех ценовых сегментах, регионах и каналах продаж
* Поиск дополнительных источников прибыльного роста:

за счет географической экспансии

за счет развития смежных направлений

* Повышение эффективности бизнес-процессов и операционное совершенство
* Создание и постоянное развитие лучшей команды профессионалов

История ОАО "Пивоваренная компания "Балтика"

Пивоваренный завод "Балтика" был построен по проекту института "Гипропищепром-2" как один из пивных заводов Ленинградского производственного объединения пивоваренной и безалкогольной промышленности "Ленпиво".

Строительство нового завода началось в 1978 году. Государственное предприятие "Пивоваренный завод "Балтика" было образовано в 1990 году сразу после завершения строительства.

Первая партия пива была отпущена в торговую сеть в ноябре 1990 года, тогда было произведено всего 27 тыс. литров пива. На тот момент не существовало единого бренда "Балтика", пиво продавалось под широко известными марками "Жигулевское", "Рижское", "Адмиралтейское", "Праздничное".

В 1992 году началась приватизация предприятия, в процессе которой произошла его реорганизация в Открытое Акционерное Общество. Акционерами "Балтики" тогда стали 28 юридических и свыше 2 000 физических лиц. Крупнейшим держателем акций "Балтики" на сегодняшний день является компания "Балтик Бевериджиз Холдинг" (Baltic Beverages Holding AB).

Примерно в это же время началось создание собственной торговой марки - "Балтика". Пиво «Балтика» должно было стать продуктом высочайшего европейского уровня, сваренным по классической технологии. Реализуя эту задачу, руководство завода разработало первую инвестиционную программу реконструкции и развития предприятия.

Благодаря реализации программы реконструкции, "Балтика" стала первым в России пивоваренным заводом, оснащенным самым современным европейским оборудованием. Региональная экспансия компании началась в 1997 году, когда был создан собственный холдинг и приобретён контрольный пакет акций завода "Донское пиво" в Ростове-на-Дону. В октябре 2000 года компания "Балтика" установила контроль над заводом "Тульское пиво". В тот же момент профильные департаменты компании "Балтика" разработали инвестиционную программу, нацеленную на увеличение мощностей приобретённых заводов и замену устаревшего оборудования. Кроме этого, с 1998 года "Балтика" создает сеть сбытовых подразделений в регионах. Таким образом, прежнее название - ОАО "Пивоваренный завод "Балтика" - потеряло актуальность.

В 1998 году акционеры утвердили решение Совета Директоров о переименовании предприятия в ОАО "Пивоваренная компания "Балтика".

В 1999 году на территории завода "Балтика" в Санкт-Петербурге закончено строительство автоматизированного склада готовой продукции. Его уникальность заключается в высокой автоматизации и возможности отгрузки продукции на автомобильный и железнодорожный транспорт.

30 ноября 2000 года состоялось открытие крупнейшего в России "Солодовенного завода Суффле-Санкт-Петербург". Завод построен ОАО "Пивоваренная компания "Балтика" совместно с французской фирмой "Groupe Soufflet". Французские партнёры вложили в проект около $35 млн., им принадлежит 70% акций завода, остальные расходы взяла на себя "Балтика", доля которой в проекте составляет 30%. Производственная мощность "Солодовенного завода Суффле-Санкт-Петербург" составляет 105 тысяч тонн солода в год.

В августе 2004 года на предприятии «Балтика» в Туле состоялось открытие самого современного в России и ближнем зарубежье солодовенного завода. Высококачественный солод, получаемый на заводе из ячменя элитных сортов (таких как Скарлетт, Престиж и Барке), полностью соответствует стандартам ведущих европейских производителей.

Поворотным моментом в истории компании "Балтика" стал 2006 год. 7 марта подавляющее большинство акционеров ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» высказались за объединение компании с пивоваренными компаниями «Вена», «Пикра» и «Ярпиво».

Объединение компаний стало уникальным для России проектом, с точки зрения специфики, сложности и сроков. Процедура прошла в строгом соответствии с российским законодательством и при полном соблюдении интересов акционеров всех четырех компаний. Благодаря четкой координации действий акционеров, менеджмента и всех сотрудников компаний «Балтика», «ВЕНА», «Пикра», «Ярпиво», а также открытой информационной политике проект был реализован в строгом соответствии с международным корпоративным правом.

С 2007 года компании «Балтика», «ВЕНА», «Пикра», «Ярпиво» существуют как единое юридическое лицо.

В ноябре 2006 года «Балтика» представила новый крупный инвестиционный проект - строительство первого в Западной Сибири пивоваренного завода «Балтика». Строительство завода «Балтика-Новосибирск» началось в январе 2007 г. Изначально планировалось, что мощность завода будет составлять 2 млн. гл. пива в год. Но финансовые успехи Компании и потенциал регионального рынка позволили увеличить проектную мощность до 4,5 млн. гл. в год. Филиал «Балтика-Новосибирск» торжественно открылся 26 мая 2008 г.

В массовом сознании укрепляется понятие об "экономическом феномене "Балтики". В мировой истории немного примеров, когда отдельная компания за такое короткое время становилась лидером отрасли. Сегодня "Балтику" можно назвать национальной гордостью России.

Миссия отражает предназначение компании, определяет смысл ее существования. Миссия ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» звучит следующим образом:

Мы создаем качественный продукт, который дарит людям радость общения, делает их жизнь ярче и интереснее

С момента образования ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» выполняет целый комплекс обязательств перед:

сотрудниками: обеспечивать достойные условия труда, заниматься развитием профессиональных навыков персонала, обеспечивать достойную заработную плату;

акционерами: реализовывать поставленные задачи, приносить прибыль и оправдывать инвестиционные вложения;

потребителями: обеспечивать высокое качество продукции, отвечать вкусам и потребностям;

партнерами: соблюдать условия партнерских отношений, действовать строго в рамках законодательства;

обществом: соблюдать его ценности, нормы и правила, добросовестно вести бизнес в рамках законов общества.

Главное условие социальной ответственности компании «Балтика» - эффективный и конкурентоспособный бизнес. Улучшение социальной ситуации в стране, рост благосостояния населения во многом зависит от конкурентоспособности российских товаров на международном рынке.

Степень социальной ответственности Компании измеряется не количеством денег, вложенных в развитие социальной сферы, а в том, как ее деятельность отражается на развитии государства, региона, города.

Устойчивое развитие бизнеса позволяет «Балтике» своевременно и в полной мере выплачивать налоги в бюджеты разного уровня.

«Балтика» реализует социально-ориентированную политику в отношении персонала: обеспечивает достойную оплату труда и социальные гарантии сотрудникам.

«Балтика» инвестирует средства в развитие смежных отраслей промышленности. Каждое рабочее место в пивоваренной промышленности дает 10-15 дополнительных рабочих мест в смежных отраслях.

«Балтика» активно участвует в общественно значимых событиях и социальных проектах национального и регионального масштаба, поддерживает государственные и некоммерческие организации в сфере здравоохранения и социальной защиты.

Обладая современными производственными мощностями на территории всей страны, "Балтика" уделяет большое внимание экологической ситуации в районах расположения своих заводов и предъявляет самые высокие требования к экологической безопасности производства. Компания реализует проекты в области экологии по трем направлениям: снижение воздействия на окружающую среду, экономия природных ресурсов, оптимизация обращения с отходами. В компании действует экологическая политика.

Выпускаемая продукция:

Арсенальное

Балтика Кулер

Балтика LITE

Балтика №0

Балтика №1

Балтика №2

Балтика №3

Балтика №4

Балтика №5

Балтика №6

Балтика №7

Балтика №8

Балтика №9

Жигулёвское

Индиана Джус

Carlsberg

Невское ICE

Ярпиво

Battery

Tuborg Green

**Заключение о дегустируемых сортах пива**

После экскурсии была проведена дегустация некоторых видов пива. Процесс дегустации состоит из нескольких последовательных этапов:

- сосредоточить внимание и несколькими последовательными вдохами через нос ощутить запах пива;

- взболтать пиво по кругу в бокале, и отметить разницу в интенсивности и качестве запаха воспринимаемого при взбалтывании пива в бокале и без него;

- визуально оценить образование пены, прозрачность, блеск;

- взять в рот немного пива, выдержать в течение 15 секунд и зафиксировать первое впечатление;

- ощутить полный аромат пива носом и ртом;

- проглотить пиво и ощутить вкус и послевкусье.

На мой взгляд, наиболее приятными на вкус и запах оказались следующие виды пива: «Кулер», « Балтика 3», «Туборг», «Карлсберг». Наиболее неприятные: «Балтика №6» и «Балтика №8», имеющие неприятный горьковатый вкус и посторонний специфический запах.

2.2 ООО «Петрохолод»

ОАО "Петрохолод" - крупнейший производитель и поставщик мороженого Северо-Западного региона России, созданное в 1993г. на базе Хладокомбината № 6.

В 2000 г. предприятие отметило свой 60-летний юбилей. Сегодня это крупнейшее производство, оборудованное по последнему слову науки и техники.

Высокопроизводительные линии и передовая технология позволяют выпускать продукцию высочайшего качества. Сегодня мы изготавливаем более 80-ти видов мороженого с различными натуральными наполнителями и добавками: клюква, черная смородина, абрикос, орехи, кофе и др.

OАО "Петрохолод"сегодня - крупное современное производство. Фабрика по выпуску мороженого изготавливает и отправляет в различные регионы страны (в том числе самые отдаленные) до 9000 тонн мороженого в год.

Следует подчеркнуть, что оно изготовлено по выверенным, традиционным, бережно хранимым здесь рецептам. В качестве наполнителей используются клюква, черная смородина, клубника, натуральный кофе и какао. Секреты рецептуры, обеспечивающие уникальные вкусовые качества продукта, много лет остаются неизменными, технологический цикл соблюдается со всей тщательностью долгие годы, чем справедливо гордятся в цехе мороженого. Обновляется техника, парк машин и механизмов, позволяющих усовершенствовать и автоматизировать труд.

Основные направления деятельности ОАО "Петрохолод":

* оптовая и мелкооптовая торговля продовольственными товарами;
* производство и реализация мороженого;
* производство и реализация вафельной продукции (стаканчики, рожки);
* услуги по хранению продовольственных товаров;
* услуги по хранению грузов требующих таможенной очистки.

**История создания ОАО "Петрохолод"**

Начиналось все в 1939 году со строительства у железнодорожной станции Кушелевка холодильника №6 системы Росмясомолторга.

В 60-е годы на территории 6-го холодильника были построены еще два корпуса, и он по приказу министра был переименован в Ленинградский хладокомбинат №6.

Основным его назначением с момента ввода в эксплуатацию было хранение мясо-молочной, а позже рыбной и ягодной продукции. Производство на хладокомбинатах отсутствовало, предприятия изначально являлись необходимыми, но и убыточными.

В поисках выхода из этой ситуации на хладокомбинатах стали создаваться различные производственные участки : фасовочные, по выпуску мороженого.

На хладокомбинате № 6 цех мороженого был открыт осенью 1946 года, в том году налажено производство вафельной продукции.

25 апреля 1989 года на общем собрании трудового коллектива директором Хладокомбината №6 был избран Какабадзе Бадри Давидович. Сегодня он успешно работает на посту генерального директора ОАО "Петрохолод".

В 1993 году, объединяясь в акционерное общество, коллектив думал о создании высокотехнологичного производства, обеспечивающего выпуск высококачественной продукции, способной выстоять перед зарубежными аналогами, заполнившими российский рынок.

Осуществление программы реконструкции предприятия началось с обновления материально-технической базы. Произведена замена устаревшего оборудования в компрессорном цехе, котельной. Построены и введены в эксплуатацию административно-бытовой корпус, новые складские помещения, магазин розничной торговли, мелкооптовый склад.

Произведен капитальный ремонт помещений главного административного здания с переоборудованием их в современные офисы.

Условия рыночной экономики диктуют динамичное развитие собственного производства, внедрение новых, передовых технологий. В связи с чем, на предприятии осуществляется переоснащение производственных мощностей цеха мороженого, цеха по выпечке вафельной продукции.

ОАО "Петрохолод" производит более 8000 тонн мороженого в год. Мороженое свыше 80-ти наименований выпускается с различными натуральными наполнителями и добавками. Мороженое изготавливается на основе передовой, современной технологии по традиционным отечественным рецептам. Уникальные вкусовые качества продукта остаются неизменными благодаря тщательно соблюдаемой рецептуре.

ОАО "Петрохолод" является членом Лиги предпринимателей торговли Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Начиная с 1997 года ОАО "Петрохолод" был удостоен следующих международных наград Клуба лидеров торговли : XVIII награда за технологию и качество (Франкфурт, 26 мая 1997г.), XX золотая награда за продукты питания (Дюссельдорф, 1 декабря 1997г.), награда "За лучшую торговую марку" (Женева, 1998г.), награда "Золотая Америка" за качество продукции (Нью-Йорк, 1998г.), награда "За коммерческий престиж" (Мадрид, 1998г.).

Лучшие достижения ОАО "Петрохолод" стали возможны благодаря тому, что в нынешних условиях рыночной экономики предприятие остается работоспособным, и сохраняет тенденцию к активному развитию, что, в свою очередь дает право и возможность твердо стоять на ногах сегодня. Администрация ОАО "Петрохолод" смотрит вперед и думает о будущем, когда нужно будет работать больше и интенсивнее.

**Выпускаемая продукция:**

Сливочный батончик

Вафельный стакан

Брикеты сливочные

Брикеты пломбир

Картонный стакан

Стаканчик полистирольный

Контейнеры СЕВЕРНАЯ ПАЛЬМИРА

Пломбир в контейнерах

Рулет

Весовое пломбир в полиэтиленовых мешках

Вафельная продукция

Сахарный рожок с шоколадной глазурью

Производство:

**Производство мороженного**

В 1946г. на Хладокомбинате №6 (ныне ОАО "Петрохолод") был открыт цех мороженого. Именно здесь стали выпускать столь полюбившиеся ленинградцам, всем россиянам виды мороженого: "Сахарную трубочку", батончики в шоколадной глазури, "Ленинградское".

Эпоха перестройки, перехода в новые экономические условия внесла существенные коррективы в нашу жизнь, в деятельность отечественных предприятий. Был тщательно проанализирован опыт работы зарубежных предприятий, проведены детальные маркетинговые исследования. И в результате с сентября 1996г. в цехе мороженого ОАО "Петрохолод" успешно работает современнейшая линия "Стрейтлайн-800" ( датской фирмы TETRA PACK HOYER) по производству и фасовке мороженого. На этой линии,благодаря использованию экструдерных насадок, можно выпускать различные виды мороженого (практически неограниченный ассортимент). Ее производительность: по батончикам - 18000 шт./ч, по рулетам - 650 порций/ч.

Сегодня на линии "Стрейтлайн-800" производят популярные у потребителя батончики в шоколадной глазури "Митя", "Даша", "Белые Ночи", пломбир-рулет "Элит" и др.

В 1999г. на линии по заливке мороженого в вафельные стаканчики установлен новый дозатор московской фирмы "Далва", который производит четкую дозировку мороженого с изюмом и орехами.

На "Петрохолоде" создана миксерная установка для переработки некондиционного мороженого. Она позволяет оптимизировать производственные затраты, подойти к этой проблеме по хозяйски.

Никакое, даже самое современное оборудование не гарантирует выпуск популярной, высококачественной продукции. Для этого нужны специалисты - профессионалы. Благодаря их мастерству и профессионализму на "Петрохолоде" не только сохранены традиционные рецептуры приготовления мороженого, но и постоянно создаются новые, воскрешаются давно забытые рецепты (например, рецепт шербета).

Специалисты "Петрохолода" весьма взыскательны к "букету" мороженого - сочетанию всех его ингредиентов и наполнителей. Такое оптимальное сочетание тщательно отбирается путем анонимных контрольных дегустаций. Постоянно ведется поиск новых качественных наполнителей, многие из которых (например, ромовый изюм, грецкие орехи) впервые появились в отечественном мороженом именно от "Петрохолода".

Каждая партия мороженого выпускаемого на "Петрохолоде" проходит строгий лабораторный контроль по органолептическим,физико-химическим, микробиологическим показателям и только затем поступает в торговую сеть.

Имеются все необходимые документы на производство и реализацию мороженого (лицензии, сертификаты соответствия, качественные удостоверения, ветеринарные свидетельства).

Мороженое реализуется во все регионы России, а также в страны ближнего и дальнего зарубежья (Украина, Грузия, Казахстан, Узбекистан, Израиль и др.).

В марте 2003 года на фабрике мороженого ОАО "ПЕТРОХОЛОД" завершилась реконструкция пастеризационно-заготовительного отделения, в ходе которой был смонтирован и введен в эксплуатацию агрегатированный комплекс датской фирмы "Tetra Pak Hoyer" для производства смесей мороженого в непрерывном технологическом цикле производительностью 5000 литров смеси в час.

В состав комплекса входит оборудование, необходимое для смешения сырья, пастеризации, гомогенизации, охлаждения и промежуточного хранения смесей. Комплекс также имеет оборудование, обеспечивающее автоматическую мойку (CIP), исключающее влияние человеческого фактора на качество санитарной обработки оборудования.

Замкнутый цикл производства смесей контролируется электроникой, что обеспечивает точное соблюдение необходимых температурных режимов и позволяет производить продукцию, исключая контакт с воздухом рабочей зоны. Дополнительно пастеризационно-заготовительное отделение оснащено высокопроизводительным участком по приготовлению наполнителя крем-брюле и натуральных плодово-ягодных наполнителей с насыщенными вкусовыми характеристиками.

Комплекс позволяет производить смеси на натуральном молоке. В приготовлении смесей мороженого ОАО "ПЕТРОХОЛОД" используется цельное коровье молоко, получаемое из пригородных совхозов "Марьино" и "Ушаки".

Благодаря современному оборудованию увеличились сроки хранения мороженого, что позволяет расширить рынок сбыта и поставлять мороженое в отдаленные уголки России, а также выйти на рынки других стран.

**Производство вафельной продукции**

Парк оборудования ОАО "Петрохолод" постоянно обновляется, расширяются производственные площади, что позволяет наращивать объемы производства, все более разнообразить ассортимент. С 1998г. в вафельном цехе успешно эксплуатируется высокопроизводительная линия для выпечки сахарных рожков австрийской фирмы "HAAS" - лидера в производстве оборудования подобного рода.

Благодаря квалифицированным специалистам на "Петрохолоде" отлажено работает и "старое" советское оборудование, на котором продолжается выпуск традиционных вафельных стаканчиков для мороженого.

Сегодня вафельная продукция не только используется для нужд собственного производства, но и охотно покупается производителями мороженого из других регионов России.

**Производство гофротары**

В 2000г. на ОАО "Петрохолод" оборудован цех для изготовления коробок из трехслойного гофрокартона, марки Т-22 и Т-23. Коробки производят на прокатно-высечных станках типа "Карат". На данный момент выпускается 13 видов коробок для нужд собственного производства и для других организаций.

Возможно изготовление коробок 4-х клапанных и сложной конфигурации с одноцветной флексопечатью для пищевых и прочих товаров.

На осенне-зимний период принимаем заказы на изготовление тары по индивидуальным размерам. Цены договорные.

**Хранение и реализация продуктов питания**

ОАО "Петрохолод", являясь крупной структурой в системе оптовой торговли Северо-Западного региона России, универсально оснащенное, качественно выполняет весь комплекс работ по хранению и продаже товаров. Склады обеспечивают хранение мясо-молочной и рыбной продукции при температуре от-20 до + 20 С. Охлаждаемые складские корпуса одновременно могут принять на хранение до 20000 тонн продукции условной емкости. Предоставляются склады для товаров требующих таможенной очистки. Железнодорожные подъездные пути обеспечивают одновременный фронт выгрузки 5 вагонов. Ответственное хранение обеспечивают квалифицированные товароведы, кладовщики, персонал отвечающий за соблюдение специального температурно-влажностного режима в холодильных камерах.

Существует дозиметрическая служба, в состав которой входят квалифицированные специалисты, осуществляющие радиационный контроль по всем группам товаров поступающих на хранение и реализуемых в торговую сеть.

Имеется лицензия на хранение алкогольной продукции, а также лицензии на учреждение склад временного хранения и таможенного склада.

Реализация продуктов питания:

* замороженные продукты питания
* Продукция предприятия ООО «Петрохолод-Фиш» (свежемороженая рыба и море продукты)
* Продукция производства ООО «Петрохолод-пищевые технологии»

ОАО "ПЕТРОХОЛОД" (г. Санкт-Петербург) является крупнейшим производителем мороженого на территории Северо-запада и поставляет свою продукцию в более чем 35 городов России, бывшего СНГ и страны дальнего зарубежья.

ОАО "ПЕТРОХОЛОД" предлагает неизменно высокое качество продукции, подтвержденное более чем 60-летней историей компании и нашедшей признание у потребителей всей России и стран бывшего СНГ.

**Заключение о дегустации мороженного**

На дегустации нам было предложено два вида мороженного: сливочное мороженное в вафельном стаканчике с орехом и эскимо крем-брюле. Оба вида мороженного соответствуют всем органолептическим свойствам.

Вкус и запах в меру сладкий, чистый, характерный для данного вида мороженого, без посторонних привкуса и запаха

Структура однородная, без ощутимых комочков жира, стабилизатора и наполнителя. В мороженом с пищевым покрытием структура глазури однородная, без ощутимых частиц сахара, какао-продуктов и сухих молочных продуктов.

Консистенция мягкая, кремообразная - для мягкого мороженого.

Плотная или умеренно плотная - для закаленного мороженого.

Цвет равномерный, характерный для данного вида мороженого, мороженое в шоколадной глазури - цвет, характерный для данного вида глазури.

Поверхность ровная, гладкая.

Поверхность мороженого полностью равномерно покрыта глазурью.

Палочка плотно держится в мороженом.

Вафельные изделия - без повреждений.

2.3 ООО «Первое хлебопекарное объединение»

ОАО "Хлеб" (ТМ «Дарница») является давно, уже более 70 лет, действующим на региональном рынке предприятием, производящим широкий ассортимент хлебобулочных изделий и осуществляющим сбыт в более 1000 торговых точках города. Отличительной особенностью предприятия является большая доля подового хлеба, изготавливаемого по оригинальной традиционной технологии…

Одним из символов Петербурга, безусловно, является ржаной круглый хлеб, производимый по особой технологии: без добавления прессованных дрожжей. Ржаной хлеб от «Дарницы» - это рецепт долголетия и здоровья, благодаря уникальной технологии производства.

Хлеб, как известно, всему голова - не только за столом, но и на производстве. Однако, не хлебом единым интересуются сегодня петербуржцы, все больший спрос получают батоны, кондитерские изделия, и такое современное предприятие как "Дарница" не может отставать от требований рынка. С каждым годом ассортимент продукции, выпускаемой "Дарницей", расширяется и обновляется.

Модернизация, постоянно проводящаяся на заводе, позволяет удовлетворить любые вкусы петербуржцев. Внедрение новых комплектующих на линии мелкоштучных изделий позволило "Дарнице" выпускать теперь совершенно новое изделие - сдобные рулеты "Василиса" с самыми разнообразными начинками. Так же появилась и другая новинка "Дарницы" – песочный пирог "Гостинец". Нежное рассыпчатое тесто и вкусные ягодные начинки делают пирог лучшим лакомством для сладкоежек.

Забота о полезности выпускаемой продукции – главная традиция "Дарницы", поэтому постоянно обновляется и расширяется ассортимент изделий группы "здоровье". Ее составляют недорогие диетические хлеба – отрубные и выпекаемые из муки грубого помола, эти хлеба способствуют лучшей работе кишечника, выводу из организма токсичных веществ. Другое направление группы "здоровье" – цельнозерновые хлеба, обогащенные натуральными добавками: "Олимп", "Афродита", "Титан". А теперь хлеба с зерновыми добавками: подсолнечником, пшеницей, кукурузой - «Полюшко».

Продукция известного предприятия представлена во всех районах Петербурга: в булочных и гипермаркетах таких как "Окей", в крупных магазинах сети "Находка" и всех универсамах города... Ее легко узнать на витринах благодаря красивой упаковке и яркой символике: "Дарницу" представляет девушка в солнечном круге (по легенде – дочь языческого бога славянских народов Ярилы).

История создания ОАО "Хлеб" (ТМ «Дарница»)

В начале 30-ых годов по Приказу Всесоюзного объединения "Союзпромхлебопечение" был построен первый в Ленинграде хлебозавод системы инженера-конструктора железнодорожного транспорта Г.П. Марсакова - оригинальная кольцевая система хлебозавода, позволяющая создать предприятие достаточно большой мощности на ограниченной производственной площади, что в те годы являлось одним из непременных условий.

Для его строительства был выбран участок в районе Большой Зелениной улицы. Директором строящегося предприятия был назначен И.А.Абрамов и уже в августе 1933 года в эксплуатацию пущена 1-я линия по выпуску подового круглого хлеба.

В 1935 году предприятие наименовали как "Хлебозавод Приморского района".

В годы Великой Отечественной войны завод не прекращал свою работу ни на один день. К 1942 году все 3 линии были реконструированы для выработки ржаного формового хлеба. Производство хлеба приравнивалось к производству снарядов. В тех случаях, когда отключали электроэнергию, для непрерывного выпуска продукции приходилось вырабатывать электричество при помощи ручных приводов, смонтированных на печах. Работники завода не могли оставить изнуренных голодом ленинградцев без последней надежды на выживание - без хлеба. Город выстоял, выстоял и завод. В послевоенные годы начался расцвет предприятия, завод заработал во всю мощь и силу. В 1948 году его переименовали в "Хлебозавод Ждановского района".

В 1951 году заводу было присвоено почетное звание "Завод отличного качества".

В 1977 году завод переименовали в "Хлебозавод Петроградского района".

В 1993 году в период приватизации он преобразован в Открытое Акционерное Общество "Хлеб". С этого момента, на предприятии начались процессы реорганизации и создания новых цехов. Стремясь к максимальному удовлетворению потребностей покупателей, в 1994 году на заводе был построен и успешно запущен цех по производству батонов. Кроме того, были освоены производства формовых традиционных и заварных сортов хлеба. В 1996 году введена в эксплуатацию линия "Компактлайн весна", швейцарской фирмы SEEWER RONDO, по выработке слоеных мелкоштучных изделий с различными начинками. В 2000 году организован участок упаковки мелкоштучных изделий на итальянской поточной линии "Swift", а так же линия по нарезке и упаковке батонов.

Более 10 лет хлебозавод ОАО "Хлеб" (торговая марка "Дарница") входит в тройку крупнейших по объему производимой продукции хлебопекарных предприятий города.

За высокие потребительские качества круглый хлеб от ТМ "Дарница" удостоен золотых медалей многих международных выставок.

Постоянно расширяя производство и совершенствуя технологии, мы преследуем цель – обеспечение продовольственного рынка Санкт-Петербурга высококачественными товарами.

Миссия предприятия - обеспечивать людей лучшей хлебобулочной и кондитерской продукцией в широком, постоянно обновляющемся ассортименте, для того, чтобы каждый покупатель смог насладиться как любимым, так и новым вкусом.

Легенда тороговой марки «Дарница»

«… и наказ тебе отцовский даю

– о добром человеке заботу неси,

зерно сбереги, колос от ветров

непогоды укрой, урожай сохрани,

да хлебом вкусным одари…»

из народной легенды о боге Солнца

- Яриле и дочери его Дарнице»

Выпускаемая продукция:

* Традиционный хлеб: подовый (ржаной, дарницкий, пшеничный); формовой (столичный, дарницкий, столовый); заварные сорта хлеба (бородинский, ржаной Московский, карельский)
* Фирменный хлеб: хлеб «Левашовский» с отрубями, хлеб «Олимп» и т.д.
* Батоны: Нарезной, Городской, Студенческий и т.д.
* Продукция "ЗДОРОВЬЕ": Хлебцы Докторские, Хлеб Отрубной формовой, Хлеб Белково-пшеничный
* Кондитерские изделия: кекс "Волжский", кекс «Творожный», кекс «Столичный», рулет «Бисквитный фруктовый», кекс «Юбилейный»
* Сдобные изделия: марочные (сдоба «Венская», рулет сдобный «Василиса», пирог «Гостинец», круассан "Забавный" и т.д.) Традиционные (слойка «Свердловская», хлебец «Ленинградский», сырные палочки, сочни с творогом и т.д.)
* Эксклюзивная продукция: каравай «Сувенирный», пирог «Праздничный»
* Сыпучая продукция: Мука блинная, сухари панировочные, квас сухой хлебный "домашний"

Широкий ассортимент выпускаемой продукции, стабильное качество, доступные цены, а также индивидуальный подход к каждому покупателю характеризуют ОАО "Хлеб" (ТМ «Дарница») как стабильного и надежного партнера в бизнесе.

**Заключение о дегустации хлебных изделий**

На дегустации нам были предложены три вида продукции: кекс «Творожный», сдоба «Венская» с лимонной начинкой и батон нарезной.

Вся дегустируемая продукция соответствовала органолептическим показателям, внешний вид соответствовал сорту продукции.

Поверхность изделий гладкая, блестящая, без крупных трещин и подрывов, не загрязненная.

Окраска корок равномерная, не бледная и не подгоревшая.

Мякиш свежего хлеба мягкий, хорошо пропеченный, не липкий и не влажный на ощупь, эластичный, после легкого надавливания пальцем принимает первоначальную форму.

Вкус и аромат хлеба приятные, соответствующие данному сорту изделий.

3. Изучение информационных технологий в экономике

3.1 Работа в Интернет с поисковыми системами

Практически все крупные поисковые системы имеют свою собственную структуру, отличную от других. Однако можно выделить общие для всех поисковых машин основные компоненты. Различия в структуре могут быть лишь в виде реализации механизмов взаимодействия этих компонентов.

**Модуль индексирования**

Модуль индексирования состоит из трех вспомогательных программ (роботов):

Spider (паук) – программа, предназначенная для скачивания веб-страниц. «Паук» обеспечивает скачивание страницы и извлекает все внутренние ссылки с этой страницы. Скачивается html-код каждой страницы. Для скачивания страниц роботы используют протоколы HTTP. Работает «паук» следующим образом. Робот на сервер передает запрос “get/path/document” и некоторые другие команды HTTP-запроса. В ответ робот получает текстовый поток, содержащий служебную информацию и непосредственно сам документ.

Ссылки извлекаются из тэгов a, area, base, frame, frameset, и др. Наряду со ссылками, многими роботами обрабатываются редиректы (перенаправления). Каждая скачанная страница сохраняется в следующем формате:

* URL страницы
* дата, когда страница была скачана
* http-заголовок ответа сервера
* тело страницы (html-код)

Crawler («путешествующий» паук) – программа, которая автоматически проходит по всем ссылкам, найденным на странице. Выделяет все ссылки, присутствующие на странице. Его задача - определить, куда дальше должен идти паук, основываясь на ссылках или исходя из заранее заданного списка адресов. Crawler, следуя по найденным ссылкам, осуществляет поиск новых документов, еще неизвестных поисковой системе.

Indexer (робот - индексатор) - программа, которая анализирует веб-страницы, скаченные пауками. Индексатор разбирает страницу на составные части и анализирует их, применяя собственные лексические и морфологические алгоритмы. Анализу подвергаются различные элементы страницы, такие как текст, заголовки, ссылки структурные и стилевые особенности, специальные служебные html-теги и т.д.

Таким образом, модуль индексирования позволяет обходить по ссылкам заданное множество ресурсов, скачивать встречающиеся страницы, извлекать ссылки на новые страницы из получаемых документов и производить полный анализ этих документов.

**База данных**

База данных, или индекс поисковой системы - это система хранения данных, информационный массив, в котором хранятся специальным образом преобразованные параметры всех скачанных и обработанных модулем индексирования документов.

**Поисковый сервер**

Поисковый сервер является важнейшим элементом всей системы, так как от алгоритмов, которые лежат в основе ее функционирования, напрямую зависит качество и скорость поиска.

Поисковый сервер работает следующим образом:

* Полученный от пользователя запрос подвергается морфологическому анализу. Генерируется информационное окружение каждого документа, содержащегося в базе (которое и будет впоследствии отображено в виде сниппета, то есть соответствующей запросу текстовой информации на странице выдачи результатов поиска).
* Полученные данные передаются в качестве входных параметров специальному модулю ранжирования. Происходит обработка данных по всем документам, в результате чего, для каждого документа рассчитывается собственный рейтинг, характеризующий релевантность запроса, введенного пользователем, и различных составляющих этого документа, хранящихся в индексе поисковой системы.
* В зависимости от выбора пользователя этот рейтинг может быть скорректирован дополнительными условиями (например, так называемый «расширенный поиск»).
* Далее генерируется сниппет, то есть, для каждого найденного документа из таблицы документов извлекаются заголовок, краткая аннотация, наиболее соответствующая запросу и ссылка на сам документ, причем найденные слова подсвечиваются.
* Полученные результаты поиска передаются пользователю в виде SERP (Search Engine Result Page) – страницы выдачи поисковых результатов.

Как видно, все эти компоненты тесно связаны друг с другом и работают во взаимодействии, образовывая четкий, достаточно сложный механизм работы поисковой системы, требующий огромных затрат ресурсов. Эффективность любого вида деятельности определяется четким представлением того, что, как и в какой последовательности мы собираемся делать, т.е. четким планированием работ. Сказанное в полной мере относится и к процедуре поиска информации в сети Internet.

Рассмотрим, из каких этапов состоит процесс поиска информации:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Этап** | **Содержание работ этапа** |
| 1. | **Определение предмета поиска** | На этом этапе определяем, что конкретно нас интересует. |
| 2. | **Составление списка ключевых слов** | На этом этапе выявляем, как может называться то, что нас интересует. |
| 3. | **Выбор информационного пространства** | На этом этапе определяем, где может находиться то, что нас интересует. |
| 4. | **Определение инструмента для поиска** | На этом этапе принимаем решение о том, как проще и быстрее найти то, что нас интересует. |
| 5. | **Предварительный поиск** | Пробуем найти. |
| 6. | **Анализ полученной информации** | Смотрим на полученные результаты. Если это необходимо (в том случае, когда полученные результаты нас не устраивают), проводим корректировку всех предыдущих действий. |
| 7. | **Дополнительный поиск** | Ищем дальше, пока не получаем ответ на свой вопрос. |

Неплохо, также, определить время, в течение которого информация должна быть найдена, оценить альтернативные способы получения и степень важности этой информации для Вас. В любом случае опирайтесь на здравый смысл: возможно, для поиска адреса нужной Вам фирмы достаточно открыть телефонный справочник, лежащий у Вас на столе или просто набрать телефон этой фирмы и попросить секретаря продиктовать его Вам (особенно, если Вы заходите в Internet через модем).При единичном поиске поставщика необходимой товарной продукции, в некоторых случаях, работать с печатным каталогом может оказаться удобнее. Но гораздо эффективнее для проведения сравнительного анализа цен за последние несколько месяцев, взять информацию из точно такого каталога, но размещенного в сети (Вам, по крайней мере, не придется заново набирать информацию, занося ее в персональный компьютер).

3.2 Справочные системы, эл. библиотеки и ресурсы Интернет по нормативно-правовому обеспечению бизнеса

Компьютерная справочная правовая система (СПС) — это программный комплекс, включающий в себя массив правовой информации и программные инструменты, позволяющие специалисту работать с этим массивом информации: производить поиск конкретных документов или их фрагментов, формировать подборки необходимых документов, выводить информацию на печать и т.д.

Основу правовых систем составляют электронные базы и банки правовой информации — это как бы «мозг и сердце» всей системы. Базы данных информационного обеспечения включают в себя самые разнообразные документы: от координационных планов разработки нормативных актов до актов зарубежного законодательства. В настоящее время в России уже создан ряд компьютерных центров и сетей правовой информации. Вступившие в строй сети охватывают большую часть территории России и предоставляют свои услуги сотням тысяч пользователей. В задачи этих центров входят сбор, аккумулирование, систематизация, хранение и предоставление потребителям различных сведений правового характера. Наиболее известны в России следующие продукты и разработавшие их компании:

• «Консультант Плюс» (компания «Консультант Плюс»);

• «Гарант» (НПП «Гарант-Сервис»);

• «Кодекс» (Центр компьютерных разработок);

• «Референт» (фирма «Референт-Сервис»).

К системам, созданным государственными предприятиями для обеспечения потребностей в правовой информации государственных ведомств, следует отнести системы:

• «Эталон» (НЦПИ при Министерстве юстиции РФ);

• «Система» (НТЦ «Система» при ФАПСИ).

Кроме того, на российском рынке представлены следующие системы:

• «ЮСИС» (фирма «Интралекс»);

• «Юридический Мир» (издательство «дело и право»);

• «Ваше право» и «Юрисконсульт» (фирма «Информационные системы и технологии»);

• «1С: Кодекс», «1С: Гарант», «1С: Эталон» (фирма «1С»);

• «Законодательство России» (Ассоциация развития банковских технологий) и некоторые другие.

Электронная библиотека — упорядоченная коллекция разнородных электронных документов, снабженных средствами навигации и поиска. Может быть веб-сайтом, где постепенно накапливаются различные тексты (чаще литературные, но также и любые другие, вплоть до компьютерных программ) и медиа-файлы, каждый из которых самодостаточен и в любой момент может быть востребован читателем. Электронные библиотеки могут быть универсальными, стремящимися к наиболее широкому выбору материала (как Библиотека Максима Мошкова или Либрусек), и более специализированными, как Фундаментальная электронная библиотека или проект Сетевая Словесность, нацеленный на собирание авторов и типов текста, наиболее ярко заявляющих о себе именно в Интернете.

Библиотекарь.Ру - электронная библиотека нехудожественной литературы. Статьи и книги по истории, мифологии, религии, искусству, прикладным наукам, художественные галереи и коллекции. Представлено несколько интернет-сервисов и магазинов.

Сайты для поиска литературы по экономике и пищевой промышленности

www.ozon.ru www.bookz.ru www.ecsocman.edu.ru

www.giord.info www.bolero.ru

www.litres.ru www.deli.ru

3.3 Анализ сайта предприятия ОАО Консервный завод «Саранский»

ОАО "Консервный завод "Саранский" – одно из крупнейших перерабатывающих предприятий Республики Мордовия. Новейшее иностранное оборудование и используемое экологически чистое сырье позволяет предприятию выпускать конкурентоспособную натуральную продукцию, отличающуюся исключительными вкусовыми характеристиками от прочей продукции.

ОАО "Консервный завод "Саранский" - одно из старейших пищевых предприятий республики. Основано оно в 1934 году. Имеет мощности 36,9 млн. условных банок в год. Специалистами завода проделана большая работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции. В заводских цехах производится 90 наименований молочных, овощных, фруктовых и мясных консервов.

Особой популярностью пользуются консервы "зеленый горошек", различные каши с мясом, "сгущенное молоко с сахаром", а также консервы "картофель натуральный полуфабрикат", которые поставляются спецпотребителям.

Завод имеет свою сырьевую зону, насчитывающую в себе 5,5 тыс. га пашни, свинокомплекс рассчитанный на 1300 голов, КРС - 1300 голов.

Валовой сбор зерновых культур за 2002 год составил 3065 тонны, овощей - 3836 тонн.

Собственная сырьевая база позволяет обеспечивать сырьем производство и значительно увеличить выработку овощных консервов.

ОАО "Консервный завод "Саранский" имеет свое жестянобаночное производство, включающее в себя выработку ж/6 № 14, 9, 4 "А", жестекрышки № 9, 14, 4 "А", крышек СКО.

Практически 95% плана производства консервов вырабатывается в жестяных банках. Установленная новая германская линия по изготовлению металлических банок со сварным швом, позволяет выпускать жестебанку соответствующую мировым стандартам. Производительность ж/б № 9 составляет до 80 тыс. в смену, ж/б №14 - 25 тыс. в смену, 4 "А" - 65 тыс. в смену.

Новейшая линия по производству консервов натурального картофеля - единственная в республике, да и в России найдется 2-3 предприятия, которые занимаются выпуском такой продукции. Поскольку основные потребители натурального картофеля военные ведомства, то и продукция производится с учетом запросов заказчика. Хранить такую продукцию можно до 2 лет при полной гарантии сохранности качества.

Качество вырабатываемой продукции во многом зависит от поставленного контроля за качеством на производстве. Контроль за качеством вырабатываемой продукции осуществляется производственной лабораторией, которая включает в себя группы контроля: физико-химическую, химико-технологическую и бактериологическую. Учитывая, что 60% вырабатываемой продукции составляет группа "А", в каждой смене есть микробиолог.

Производственная лаборатория консервного завода "Саранский" имеет лицензию на право работ с возбудителями инфекционных заболеваний человека IV группы патогенности.

Сегодня ОАО "Консервный завод "Саранский" располагает развитой сетью фирменной торговли.

Имеется маркетинговая служба, изучающая спрос населения и обеспечивающая своевременную реализацию продукции.

В настоящее время наше предприятие концентрирует свои усилия на производстве молочной, овощной и мясной консервации. Ассортимент продукции ОАО "Консервный завод "Саранский" способен удовлетворить потребности самого изысканного потребителя и включает в себя:

**Выпускаемая продукция:**

1. Молоко сгущенное с сахаром

2. Молоко сгущенное вареное "Машенька"

3. Говядина тушеная

4. Свинина тушеная

5. Каша гречневая с говядиной

6. Каша перловая со свининой

7. Каша перловая со свининой "Особая"

8. Каша перловая с говядиной "Особая"

9. Мясо кур в собственном соку

10. Горох со свиным жиром

11. Щи из свежей капусты

12. Салат из свеклы с луком

13. Яблоки протертые с сахаром

14. Капуста маринованная

15. Морковь гарнирная

16. Свекла гарнирная

17. Картофель натуральный

18. Борщ из свежей капусты без мяса

19. Зеленый горошек "Салатный"

20. Зеленый горошек (высший сорт, 1-сорт, столовый сорт)

21. Зеленый горошек суповой сорт

ОАО «Консервный завод «Саранский» является одним из крупнейших перерабатывающих предприятий России.

За свою историю предприятие не раз переживало взлеты и падения, но всегда неизменным оставалось высокое качество традиционно выпускаемой продукции – консервированного зеленого горошка и сгущенного молока. Во все времена наше предприятие обращало на поддержание и улучшение качества особое внимание. Концентрируя свои усилия на производстве молочной, овощной и мясной консервации ОАО «Консервный завод «Саранский» постоянно внедряет во все процессы принципы и положения системы менеджмента качества (ГОСТ Р ИСО 9001:2001) для повышения эффективности производства и минимизации затрат. В мае 2009 года предприятие завершает сертификацию по системе менеджмента безопасности пищевых продуктов НАССР. Кроме того, предприятие уделяет особое внимание внедрению инновационных разработок в производство – будь то новые виды продукции (сливки, какао, кофе) или нетрадиционные виды упаковки (doy-pack, bag-in-box).

В настоящее время в 6 цехах и участках предприятия трудится около 350 человек, большинство из которых профессионалы высочайшего уровня.

На производстве различных видов продукции задействовано оборудование ведущих зарубежных производителей.

Автоматизированные линии и высококвалифицированный персонал обеспечивают возможности по постоянному увеличению объемов произведенной продукции. В период с 2006 по 2008 гг. объем производства ОАО «Консервный завод «Саранский» увеличился на 25%.

В 2007 году, как и планировалось, запущен современный цех овощной консервации, мощности которого позволяют производить до 15 млн. банок продукции. В 2009-2010 гг. планируется реализация амбициозного современного проекта, по своим возможностям не имеющего аналогов в России: производство овощных замороженных смесей, а также вторых готовых блюд.

Предприятие создало и постоянно расширяет дистрибьюторскую и дилерскую сеть для обеспечения доступности продукции для населения в разных регионах России. Сегодня продукция ОАО «Консервный завод «Саранский» представлена более чем в 45 регионах РФ.

Наша продукция не только востребована, но и неизменно получает высшие награды на различных выставках. Подтверждением высокого качества продукции служат медали и дипломы полученные на самых авторитетных выставках, таких как «WorldFood», «ПродЭкспо». Продукция СКЗ также отмечена медалью международного конкурса «Экологически безопасная продукция».

Мы уверены, постоянный контроль качества выпускаемой продукции, неотступное следование традициям и рецептуре, доступные цены и современная удобная упаковка – факторы, которые помогут нам сохранить позиции одного из лидеров рынка и лояльность потребителей разных поколений.

ОАО Консервный завод «Саранский» - современное, инновационное предприятие, технически оснащенное самым передовым оборудованием. Для производства продукции предприятие использует оборудование ведущих европейских производителей из Германии, Дании, Швеции, Франции.

За последние 3-4 года в результате технического переоснащения значительно увеличены производственные мощности предприятия, внедрены новейшие технологии, существенно снижены производственные издержки. Проводятся мероприятия по дальнейшему увеличению автоматизации производства, в результате чего на предприятии успешно функционирует оборудование ведущих компаний-производителей: Cabinplant (Дания), FAM и Frigoscania (Швеция), Laudenberg (Германия), Steriflow (Франция).

Современная производственная площадка предоставляет такие преимущества, как постоянный контроль за качеством выпускаемой продукции на протяжении всего технологического процесса и возможность своевременно вносить в него коррективы.

ОАО Консервный завод «Саранский» постоянно улучшает технологический процесс и расширяет линейку производимых товаров.

Ассортимент продукции ОАО "Консервный завод "Саранский" придется по вкусу самому изысканному потребителю.

В ОАО "Консервный завод "Саранский" сложился прекрасный коллектив, во главе которого сплоченная команда грамотных, знающих свое дело специалистов. Результат их деятельности - продукция высокого качества, которая пользуется большим спросом у населения.

В планах предприятия на 2009-2010 гг. освоение производства замороженных овощных смесей и вторых готовых блюд.

Заключение

В отчете были предоставлены результаты проделанной мною практики. Подводя итоги первой части отчета, можно выделить следующие преимущества выставки «interfood» - продукты питания»:

- Международный состав участников и посетителей способствует сотрудничеству отечественных и зарубежных предприятий, развитию внешнеэкономических связей, привлечению инвестиций

- Ежегодное расширение экспозиции позволяет представить вниманию специалистов самые передовые достижения отрасли

- Удобный и просторный выставочный павильон предоставляет возможность показать в действии всё разнообразие оборудования и техники.

Во второй части я подводила итоги о посещении экскурсии на пищевые предприятия с дегустацией: ОАО "Пивоваренной компании "Балтика", ООО «Петрохолод», ООО «Первое хлебопекарное объединение». Я ознакомилась со структурой и историей данных предприятий, узнала технологию производства пива, мороженного и хлебобулочных изделий, а также получила информацию об оборудовании, используемом на заводах.

И в третей части проделанной работы дана информация о принципах работы поисковых систем сети Internet и как искать информацию с их помощью.

Приложение

Прайс-лист ОАО Консервный завод «Саранский»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Зеленый горошек высший сорт (2008 г.) | ж/б № 9 | 360 гp. | 16.50 p. |
| 2 | Зеленый горошек первый сорт (2008 г.) | ж/б № 9 | 360 гp. | 15.50 p. |
| 3 | Зеленый горошек столовый сорт (2008 г.) | ж/б № 9 | 360 гp. | 14.50 p. |
| 4 | Зеленый горошек особый (2008 г.) | ж/б № 9 | 360 гp. | 13.00 p. |
| 5 | Молоко цельное сгущенное с сахаром ГОСТ 2903-78 | ж/б № 7 | 400 гp. | 32.00 p. |
| 6 | Молоко вареное сгущенное с сахаром "Машенька" | ж/б № 7 | 400 гp. | 32.50 p. |
| 7 | Молоко цельное сгущенное с сахаром ГОСТ 2903-78 | ж/б № 14 | 3800 гp. | 220.00 p. |
| 8 | Молоко вареное сгущенное с сахаром "Машенька" | ж/б № 14 | 3800 гp. | 225.00 p. |
| 9 | Молоко цельное сгущенное с сахаром ГОСТ 2903-78 | Doy-pack | 300 гp. | 27.00 p. |
| 10 | Молоко цельное сгущенное с сахаром ГОСТ 2903-78 | Doy-pack | 100 гp. | 10.00 p. |
| 11 | Сливки сгущенные с сахаром ГОСТ 4937-85 | Doy-pack | 100 гp. | 16.00 p. |
| 12 | Кофе натуральный со сгущенным молоком и сахаром ГОСТ 719-85 | Doy-pack | 300 гp. | 35.00 p. |
| 13 | Кофе натуральный со сгущенным молоком и сахаром ГОСТ 719-85 | ж/б № 7 | 400 гр. | 45.00 р. |
| 14 | Какао со сгущенным молоком и сахаром ГОСТ 718-84 | Doy-pack | 300 rp. | 26.00 p. |
| 15 | Какао со сгущенным молоком и сахаром ГОСТ 718-84 | ж/б № 7 | 400 гр. | 35.00 р. |
| 16 | Горох с говядиной, ГОСТ 8687-65 | ст/банка | 500 гр. | 55.00 р. |
| 17 | Говядина тушеная, ГОСТ 5284-84 | ст/банка | 500 гр. | 115.00 р. |
| 18 | Каша гречневая с говядиной, ГОСТ 8286-90 | ж/б № 9 | 340 гр. | 50.00 р. |
| 19 | Говядина тушеная, ГОСТ 5284-84 | ж/б № 9 | 338 гр. | 83.00 р. |
| 20 | Горох с говядиной, ГОСТ 8687-65 | ж/б № 9 | 350 гр. | 41.00 р. |
| 21 | Молоко цельное сгущенное сахаром ГОСТ 2903-78 | Bag-in-box | 25 кг | 60.00 р./кг. |
| 22 | Продукт молокосодержащий сгущенный ТУ 9226-026-13870642-2005 | Bag-in-box | 25 кг | 49.00 р./кг. |
| 23 | Продукт молочно-растительный с сахаром вареный | Bag-in-box | 25 кг | 47.00 р./кг. |
| 24 | Молоко цельное сгущенное сахаром ГОСТ 2903-78 | молоковоз | 15 т | 58.00 р./кг. |